



НАБОР ПРИБОРОВ
ДЛЯ ЗАКУСОК
CHRISTOFLE MOOD
PARTY НА 6 ПЕРСОН;
В КОМПЛЕКТЕ
НОЖИ ДЛЯ МАСЛА,
ДЕСЕРТНЫЕ ЛОЖКИ,
ВИЛКИ С ДВУМЯ
ЗУБЦАМИ И ШПАЖКИ,
УСТАНОВЛЕННЫЕ
НА ПОДСТАВКЕ
ИЗ ПОЛИРОВАННОГО
ОРЕХА, ВСЕГО
24 ПРЕДМЕТА.
ДОСТУПНО
НА САЙТЕ ЦУМА

«Это настоящая Франция»

НАТАЛИ РЕМИ,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР CHRISTOFLE



STEPHANE DE BOURGIES

Вы пришли в Christofle из консалтинга. Что вы сказали бы своим клиентам о Christofle, будучи консультантом, и что ответили бы консультанту на вашем нынешнем месте?

Знаете, в чем разница между хорошим и очень хорошим советом? Очень хорош тот, к которому прислушаются. Сейчас я делаю и то и другое, даю советы и их слушаю. Если бы я сейчас стала консультантом, мне кажется, я бы была намного лучшим консультантом, чем прежде. В конце концов, любому советчику надо иногда выходить на «поле боя».

Легко ли женщине руководить старинной, ремесленной и в общем-то очень мужской компанией?

Я и вправду первая женщина во главе Christofle. Но вы неправы в том, что компания мужская. У нас половина женщин в управлении и немало на нашей мануфактуре в Янвилле. Как только меня назначили, я отправилась туда, потому что там самое главное, наши корни. Мастера приняли меня хорошо — они сразу поняли, что я искренне уважаю их работу. Но и прошу, чтобы они уважали мою. Что-то они знают лучше, что-то я. Вместе мы команда.

Ваша марка основана 190 лет назад. Это искусство оформления жизни, которого, может быть, больше не существует. У вас трое детей. Когда к ним приходят гости — на столе серебро Christofle?

Почему бы и нет? Но это не старая торжественная сервировка с серебром по всему столу и украшениями в центре. Такое, конечно, уже редко когда встретишь. Только в исключительных случаях. Сейчас искусство сервировки — это скорее точечные очень артистичные вкрапления наших изделий. Их может быть немного, но тем они заметнее. Положим, не ведро для шампанского, а серебряные бокалы, сосуды для льда. Это вещи, которые имеют индивидуальность.

Среди дизайнеров, которые работали с вашей маркой, были и Джо Понти, и Андре Путман, и Ора Ито, и Карим Рашид. У вас есть планы работать с приглашенными звездами?

Я уважаю дизайнеров, но мне кажется, что такой мощной марке, как наша, подбавит иметь собственный стиль. Я за дизайн, взглянув на который, люди сказали бы сразу: «Это настоящий Christofle». У нас отличное дизайнерское бюро, прекрасно знающее наши сильные стороны, наших лучших мастеров. Когда речь идет о специальных заказах — тех, что мы называем Haute Orfèvrerie, — проект неразрывно связан с воплощением, одно переходит в другое, одно влияет на другое. Никакая звезда этого не сделает. Когда мы запускаем новый столовый прибор, он должен прослужить 20–30–40 лет, приглашенные дизайнеры редко заглядывают так далеко. Дизайнер у марки должен быть один — и пусть его зовут Christofle.

В чем разница между подходом к роскоши в разных странах? Вы европейка, но учились в США, работали с Азией и Ближним Востоком.

Я бельгийка, училась в Бельгии, во Франции и в США. В США все всегда очень быстро и прагматично. В Европе мы немножко больше возмемся, анализируем, обдумываем, но зато мы часто и более гибкие. Я не знаю есть ли единый «европейский взгляд на роскошь» — к британцам, итальянцам, немцам нужен разный подход. Когда я переехала из Брюсселя в Париж, то думала, что многое будет похожим, но это совершенно разные города, хотя между ними лишь полтора часа на поезде.

Какие рынки важны для вас и какое место среди них занимает Россия?

С одной стороны, Christofle — это настоящая Франция, с другой, марка всегда была открыта миру. Мы участвовали во всех Всемирных выставках начиная с XIX века. Мы продаем наши изделия в 67 странах. Сейчас трудный период для международных рынков, связи между странами усложнились. Мы надеемся, что они сохранятся, поскольку Франция сейчас — это только 20% наших продаж, чем шире наша сеть, тем лучше.

Россия, несомненно, огромный рынок, у нас много русских клиентов, в том числе тех, которые покупают в Лондоне или Париже, но для нас очень важно, чтобы Christofle был доступен в Москве, Санкт-Петербурге, других городах. У нас хороший русский партнер, и я верю, в вашей стране ценят то, что мы с блеском делаем уже два века.

БЕСЕДОВАЛ АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ



НАБОР ИЗ
6 КОФЕЙНЫХ
ЛОЖЕК MOOD
CHRISTOFLE
X PHARELL
WILLIAMS
& JEAN,
СОЗДАТЕЛЬ
МУЗЫКАНТОМ
ФАРРЕЛЛОМ
УИЛЬЯМСОМ
И ШЕФ-
ПОВАРОМ
ЖАНОМ
ИМБЕРОМ.
НА КАЖДОМ
ПРИБОРЕ
ВЫГРАВИ-
РОВАНО СЛОВО
«SHARE»
 («ДЕЛИСЬ»),
ЛИМИТИРОВА-
ННАЯ
СЕРИЯ,
1000 ЭКЗЕМ-
ПЛЯРОВ.
ДОСТУПНО
НА САЙТЕ
ЦУМА

CHRISTOFLE